

Antrag auf Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen

Studiengang Bachelor (B.Sc.) Wirtschaftspsychologie (Curriculum Mai 2024)



Vor- und Nachname des Antragstellers	
Strasse, Nr.	
PLZ, Wohnort	
Telefon	
E-Mail	

Hinweise:

1. Füllen Sie den Antrag bitte sorgfältig aus.
2. Zur Prüfung Ihres Antrags auf Anrechnung sind folgende Unterlagen notwendig:
 - Übersicht über die Inhalte, der von Ihnen erfolgreich besuchten Lehrveranstaltungen (Zeugnis o.ä.)
 - Übersicht über den zeitlichen Umfang (ECTS / CP), der von Ihnen erfolgreich besuchten Lehrveranstaltungen (Modulhandbuch o.ä.)
 - Kopie der Leistungsnachweise bzw. einen Notenspiegel, der von Ihnen erfolgreich besuchten LehrveranstaltungenBitte achten Sie darauf, dass Sie alle für die Prüfung des Antrags notwendigen Unterlagen beifügen.

Grundlage der Anrechnung:

1. Gemäß § 9 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg können Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen unter folgenden Bedingungen anerkannt werden:
 - (1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in Studiengängen werden angerechnet, sofern und soweit keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse) besteht. Dafür ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Hinsichtlich des Anrechnungsausmaßes gilt sinngemäß § 8 (4) PHG idgF.
 - (2) Über die Anrechnung entscheidet die jeweilige Studiengangsleitung. Eine Anrechnung setzt einen schriftlichen Antrag des Studierenden unter Verwendung eines vom Prüfungsamt herausgegebenen Formulars voraus und kann nur erfolgen, wenn die Studienzzeit, Studienleistung oder Prüfungsleistung, die auf Grund der Anrechnung erlassen werden soll, noch nicht erbracht wurde. Die für die Anrechnung erforderlichen Unterlagen sind dem Antrag beizulegen.

- (3) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Noten – soweit die Notensysteme vergleichbar sind – zu übernehmen und in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen. Eine Kennzeichnung der Anrechnung im Zeugnis ist zulässig.
- (4) Hinsichtlich des Anrechnungsausmaßes gilt sinngemäß § 8 (4) PHG.

Die Anerkennung der entsprechenden Vorleistungen erfolgt auf Basis der Zeugniskopie.

Erklärung:

Hiermit beantrage ich gemäß § 9 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg die Anrechnung bereits erbrachter Studien- bzw. Prüfungsleistungen. Bei den in Frage kommenden Modulen habe ich auf dem beiliegenden Formular meine Vorleistungen eingetragen. Die zur Bearbeitung notwendigen Unterlagen füge ich als Anlage bei.

Ort, Datum

Unterschrift

Studiengang Bachelor (B.Sc.) Wirtschaftspsychologie

(Curriculum Mai 2024)

1. Semester							
Modul	ECTS	Kompetenzen	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹	Erworben an der Hochschule ²	ECTS ³	Note	Anrechnung genehmigt
Cornerstone Modul	6	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über den Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ und dessen Schnittstellen zu anderen wirtschafts- und verhaltenswissenschaftlichen Disziplinen • Einführung in die grundlegenden Theorien und Konzepte der Psychologie und Wirtschaftswissenschaften, mit einem Schwerpunkt auf deren Anwendung in der Wirtschaftspsychologie • Diskussion aktueller Herausforderungen und Trends in der Wirtschaftspsychologie, einschließlich Themen wie Verbraucherverhalten, Organisationsentwicklung und die Rolle der Psychologie in der Führung • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, einschließlich 					

¹ Nennen Sie bitte Art und Namen des Moduls, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Notenübersicht, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.

² Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

³ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS des Moduls.

		<p>Literaturrecherche, wissenschaftliches Schreiben, ethische Überlegungen in der Forschung und die Grundlagen des wissenschaftlichen Publizierens</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einführung in quantitative und qualitative Forschungsmethoden in der Psychologie • Einführung in die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs) 					
Marketing	6	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings • Kaufverhalten und Marktforschung • Generierung des Marketingplans • Strategisches Marketing: Situationsanalyse, Ziele, Strategien • Operatives Marketing: Preis-, Produkt-, Kommunikations-, und Distributionspolitik • Marketingimplementierung, -kontrolle und -organisation • Komplexe Marketingkonzepte: Markenführung und Customer Relationship Management (CRM) • Social Media- und Neuro Marketing 					

<p>Externes Rechnungswesen</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen und gesetzliche Regelungen im nationalen und internationalen Kontext (UGB, IFRS, US-GAAP) • Grundlagen der handelsrechtlichen Rechnungslegung sowie Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung • Ansatz und Bewertung von Aktiva (Anlagevermögen, Umlaufvermögen) • Ansatz der Passiva (Eigenkapital, Fremdkapital) • Aktive und passive Rechnungsabgrenzung • Gewinn- und Verlustrechnung • Grundlagen der internationalen Rechnungslegung • Jahresabschluss als Informationsquelle (Bestandteile des Jahresabschlusses, Aufbereitung der Jahresabschlussinformationen, Bildung und Beurteilung von Kennzahlen, Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzanalyse), Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage (Vermögensstruktur, Finanzierungsstruktur, Kapitalflussrechnung, Liquiditätssituation und Cash-Flow-Entwicklung, Ergebnis- und Rentabilitätsanalyse) 					
---------------------------------------	-----------------	--	--	--	--	--	--

<p>Psychologische Grundlagen</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Historische Entwicklung und Entstehung der Psychologie als Wissenschaft • Einführung in die Teildisziplinen Psychologie • Überblick über die wissenschaftlichen methodischen Verfahren und Vorgehensweisen in der Psychologie • Menschliche Entwicklung im sozialen und kulturellen Kontext • Bewusstseinsprozesse • Lernen und kognitive Prozesse • Urteilen und Entscheiden • Motivation und Emotion 					
<p>Persönlichkeitsentwicklung</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von persönlichen Stärken und Potenzialen • Analyse eigener Verhaltensmuster und Gewohnheiten • Selbstreflexion und Entwicklung von Selbstbewusstsein • Kommunikationsstrategien und nonverbale Kommunikation • Konfliktmanagement und konstruktive Konfliktlösung • Teamarbeit und Führungskompetenzen • Selbst- und Zeitmanagement • Persönliche Zielsetzung und Karriereplanung 					

2. Semester							
Personal	6	<ul style="list-style-type: none"> • Prozess des Personalmanagements • Personalbeschaffung und -auswahl • Personalentwicklung und Karriere • Personalfreisetzung • Diversitätsmanagement • Performance Management • Unterscheidung Human Resource Management und Organisational Behavior • Führung und Macht • Motivation und Arbeitsverhalten • Commitment, Arbeitszufriedenheit, intraorganisationales Vertrauen 					
Professional Communication (EN)	6	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstheorien und -modelle • Interkulturelle Kommunikation • Professionelle schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation und Präsentationstechniken • Business Communication in digitalen Medien • Konfliktmanagement und Verhandlungskompetenzen 					

<p>Internes Rechnungswesen</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Themengebiet Kosten- und Leistungsrechnung und theoretische Fundierung • Abgrenzung von anderen Bereichen des Rechnungswesens • Ermittlung der unterschiedlichen Kostenarten • Methoden der Zuordnung von Gemeinkosten an Kostenstellen (Betriebsabrechnungsbogen und innerbetriebliche Leistungsverrechnung) • Zuordnung der Kosten an Kostenträger • Einsatz von Kalkulationsverfahren • Aspekte der Prozesskostenrechnung • Aspekte unterschiedlicher Direct Costing Ansätze • Einführung in das Themengebiet Controlling, theoretische Fundierung • IT als Basis für das Controlling • Finanzielle Kennzahlen, Kennzahlensysteme • Abgrenzung von operativem und strategischem Controlling • Behandlung zentraler Instrumente des operativen Controllings 					
---------------------------------------	-----------------	---	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung unterschiedlicher Instrumente des strategischen Controllings • Projektcontrolling • Deckungsbeitragsrechnung und kurzfristige Erfolgsrechnung 					
Globale Herausforderungen	6	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse globaler Herausforderungen: Vertieftes Verständnis für komplexe, weltweite Probleme wie Klimawandel, soziale Ungleichheit, Armut, und Migration • Transdisziplinäre Perspektiven: Integration verschiedener Blickwinkel aus den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt, um ganzheitliche Lösungsansätze zu entwickeln • Internationale Zusammenarbeit: Betonung der Notwendigkeit einer koordinierten und globalen Herangehensweise zur Bewältigung von Herausforderungen, die nationale Grenzen überschreiten • Strategisches Handeln in globalen Kontexten: globale Stakeholdergruppen und Organisationen, die Strategien für nachhaltige Veränderungen in Bezug auf globale Herausforderungen entwickeln • Recherche und kritische Bewertung: Vermittlung von 					

		Fertigkeiten zur umfassenden Recherche von Informationen zu globalen Themen sowie kritischen Bewertung dieser Informationen im Kontext komplexer Herausforderungen					
Versuchsplanung und Psychometrie	6	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Konzepte der Erkenntnistheorie, die die Frage behandeln, wie Wissen generiert wird • Untersuchung der Unterscheidung zwischen empirischem Wissen und anderen Wissensformen • Methoden zur Entwicklung und Durchführung systematischer Beobachtungsstudien, einschließlich der Festlegung von Beobachtungskriterien und der Minimierung von Beobachterbiases • Einführung in die Grundstrukturen wissenschaftlicher Experimente, einschließlich der Konzeption von Labor- und Feldexperimenten sowie von quasi-experimentellen und korrelativen Studien • Diskussion über die verschiedenen Typen von Hypothesen, ihre Funktionen in der Forschung und wie sie in messbare Variablen umgesetzt werden 					

		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Psychometrie, einschließlich der Entwicklung und Validierung von Messinstrumenten, der Konstruktion von Fragebögen und der Bedeutung von Reliabilität und Validität • Überblick über qualitative und quantitative Methoden der Datenerhebung, einschließlich Befragungen, Beobachtungen und der Verwendung physiologischer Messungen • Grundlegende Ansätze zur Datenanalyse, fokussiert auf die Interpretation der Ergebnisse im Kontext der formulierten Hypothesen 					
3. Semester							
Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie	6	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einführung in die historische Entwicklung und aktuellen Herausforderungen des Fachbereichs • Untersuchung der psychologischen Aspekte von Arbeit, Arbeitszufriedenheit, Motivation und deren Einfluss auf die Produktivität • Einführung in ergonomische Prinzipien zur Gestaltung von Arbeitsplätzen, die die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern 					

		<ul style="list-style-type: none"> • Diskussion über die psychologischen Aspekte der Sicherheit am Arbeitsplatz und die Entwicklung von Sicherheitskulturen innerhalb von Organisationen • Grundlegendes Verständnis der Dynamiken innerhalb von Teams und deren Entwicklung, inklusive der Rolle von Führungskräften in diesen Prozessen • Erörterung der psychologischen Herausforderungen und Anpassungsstrategien bei technologischen Veränderungen • Reflexion über die sozialen und psychologischen Auswirkungen von Arbeit und Arbeitslosigkeit auf Individuen und Gesellschaft 					
Fallstudienseminar: Teamentwicklung	6	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Theorien und Modelle der Teamdynamik, inklusive der Identifikation und Analyse von Teamrollen gemäß Belbin • Vertiefung in Techniken und Strategien zur Konfliktlösung, basierend auf dem Harvard-Konzept • Erarbeitung von Kommunikationsfähigkeiten zur Vermeidung und Bewältigung von Konflikten in Teams • Anwendung verschiedener diagnostischer Tools und 					

		<p>Methoden zur Bewertung der Teamleistung und -dynamik, inklusive soziometrischer Tests und Feedbackmechanismen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung von Rollenspielen, Serious Gaming und anderen interaktiven Übungen, um die Teamarbeit und das Verständnis der Teamdynamik zu fördern • Moduleinheiten zur Stärkung der Selbstkenntnis und persönlichen Resilienz, um effektiver in Teams agieren und auf Herausforderungen reagieren zu können • Ggf. Workshops mit und Gastvorträge von Praktiker:innen aus der Teamentwicklung 					
Angewandte Statistik	6	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in zentrale Konzepte wie Verteilungen, Zufallsvariablen und Teststatistiken • Einführung in die Logik und Anwendung des NHST, einschließlich der Unterscheidung zwischen Typ-I- und Typ-II-Fehlern • Einführung in typische Verfahren wie z.B. dem t-Test, ein – und multifaktorielle Varianzanalyse und Regressionsanalyse • Praktische Übungen mit JASP und anderen Statistik-Tools zur 					

		<p>Durchführung verschiedener Tests</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis der Signalentdeckungstheorie (SDT) zur Verbesserung von organisationalen Entscheidungen • Diskussion über Objektivität, Reliabilität und Validität als zentrale Gütekriterien empirischer Forschung und deren statistische Überprüfung 					
<p>Grundlagen der Markt-, Werbe- und Ökonomischen Psychologie</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung zum Gegenstand und Geschichte der Markt-, Werbe- und Ökonomischen Psychologie • Analyse der Rolle der psychologischen Forschung in makro- und mikroökonomischen Kontexten, einschließlich der Betrachtung von Wirtschaftskreisläufen und individuellen Charakteristika der Marktteilnehmer:innen • Untersuchung der psychologischen Mechanismen hinter dem Konsum- und Investitionsverhalten und deren Einfluss auf Marktprozesse • Erörterung der psychologischen Aspekte in Marketingstrategien, einschließlich Werbung und Produktplatzierung • Analyse der Methoden zur Produktpositionierung und 					

		<p>Differenzierung aus psychologischer Sicht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betrachtung, wie Einstellungen und Images von Marken und Produkten geformt und genutzt werden, um das Konsument:innenverhalten zu beeinflussen • Vertiefung in die Psychologie des Investierens und der finanziellen Entscheidungsfindung • Diskussion über ethische Fragen und Schutzmechanismen gegen Manipulation im Marketing 					
Responsible Leadership	6	<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Theorien des verantwortungsvollen Führens • Ethik und Corporate Social Responsibility (CSR) • Nachhaltige Unternehmensführung und Stakeholder-Management • Leadership in Zeiten des Wandels und der Unsicherheit • Diversity und Inklusion im Leadership-Kontext • Fallstudien zu verantwortungsvollem Leadership 					
4. Semester							
Differentielle Psychologie und psychologische Diagnostik	6	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die historische Entwicklung und zentrale Paradigmen der differentiellen Psychologie, um ein tiefes 					

		<p>Verständnis der Disziplin und ihrer theoretischen Grundlagen zu schaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung in klassische und moderne Theorien zu Persönlichkeitsunterschieden • Methoden der Untersuchung von Unterschieden zwischen Individuen sowie Veränderungen innerhalb von Individuen über die Zeit, einschließlich kritischer Lebensereignisse und Entwicklungsphasen • Analyse und Bewertung von Konzepten der Intelligenz und Kreativität, ihre Messung und ihre Bedeutung im persönlichen und professionellen Kontext • Detaillierte Betrachtung der Methoden und Techniken der psychologischen Diagnostik, einschließlich traditioneller Tests und neuer KI-basierter Ansätze • Praktische Übungen und Fallstudien zur Anwendung diagnostischer Verfahren in verschiedenen Settings, von der klinisch-psychologischen Praxis bis hin zum organisationalen Kontext • Integration von Selbsterfahrungsübungen zur Förderung des Verständnisses eigener psychologischer Merkmale und der Entwicklung 					
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>empathischer Fähigkeiten in diagnostischen Kontexten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskussion der ethischen Überlegungen und Herausforderungen im Umgang mit psychologischen Testverfahren und Daten, besonders im Hinblick auf Datenschutz und die Verwendung von KI in der Diagnostik 					
<p>Psychologische Aspekte von Innovation</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung in Theorien und Modelle der Technologieakzeptanz und -adaption sowie in Strategien für das Management von Innovationsprozessen • Analyse der Auswirkungen digitaler Technologien auf Teamdynamiken und Führung, einschließlich Remote Work und virtuellen Teams • Untersuchung der Rolle von KI in der Arbeits- und Organisationspsychologie und deren Einfluss auf Personalmanagement und Organisationsentwicklung • Diskussion über Datenschutz, algorithmische Biases und Fairness. Erörterung von ethischen Fragen im Kontext von Big Data und KI-gestützten Entscheidungen 					

		<ul style="list-style-type: none"> • Betrachtung von Work-Life-Balance im digitalen Zeitalter und der Auswirkungen von ständiger Erreichbarkeit auf das Individuum • Durchführung von Projekten und Fallstudien, um die Anwendung von digitalen Technologien zu erproben und deren Auswirkungen auf die Arbeitspsychologie zu analysieren 					
Recht und Ethik	6	<ul style="list-style-type: none"> • Personen- und Sachenrecht • Schuldrecht (Vertragsrecht inkl. AGB) • Unternehmens und Gesellschaftsrecht • Gewerberecht • Wettbewerbsrecht und Kartellrecht • Urheber-, Marken-, Patent-, und Musterrecht • Arbeitsrecht • Zivilprozess/Schiedsverfahren • Insolvenzrecht • Grundlagen der Unternehmensethik • Ethik in Geschäftsentscheidungen • Ethik im Umgang mit Stakeholdern 					

		<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Social Responsibility (CSR) • Ethik in der globalen Geschäftswelt • Ethik in der Unternehmensführung • Fallstudien zu ethischen Dilemmata in Unternehmen 					
Behavioral Economics	6	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Schlüsselkonzepte der Verhaltensökonomie, einschließlich der Betrachtung des wirtschaftlichen Entscheidungsverhaltens unter Unsicherheit • Vertiefung in das Verständnis der psychologischen Aspekte von Finanzmärkten und Investitionsentscheidungen, einschließlich Behavioral Finance • Untersuchung kognitiver Verzerrungen und Entscheidungsanomalien wie Heuristiken, Bestätigungsfehler und der Endowment-Effekt • Analyse sozialpsychologischer Phänomene, die ökonomische Entscheidungen beeinflussen, wie Gruppendruck und Herdenverhalten • Anwendung von verhaltensökonomischen Theorien auf Fallstudien und Modelle, um die praktischen 					

		<p>Implikationen von Theorie und Forschung zu erforschen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung einer kritischen Denkweise, um traditionelle volkswirtschaftliche Annahmen in Frage zu stellen und interdisziplinäre Ansätze zu verfolgen • Konzeption und Entwicklung von praxisnahen Entscheidungsstrategien, die verhaltensökonomische Einsichten integrieren 					
<p>Fallstudienseminar Entrepreneurship und Innovationsmanagement</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Einblicke in die Persönlichkeitsmerkmale und Verhaltensweisen erfolgreicher Unternehmer:innen • Vermittlung von Kenntnissen in Projektmanagementtechniken, die speziell für Innovationsprojekte in Startups angewendet werden • Praktische Erfahrungen durch die Zusammenarbeit mit realen Startups und die Bearbeitung von konkreten Herausforderungen • Anwendung kreativer und strategischer Techniken, um innovative Lösungen für die Probleme von Startups zu entwickeln • Anleitung zur Reflexion über das eigene Potenzial als Gründer:in 					

		<p>oder Innovator:in, sowie zum Aufbau von Resilienz und Anpassungsfähigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Beratungsansätzen und deren Präsentation, um kommunikative und beratende Fähigkeiten zu stärken 					
5. Semester							
Schwerpunkte	24	<ul style="list-style-type: none"> • Je nach Schwerpunkt 					
Behavior Change in Politics and Society	6	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die grundlegenden psychologischen Theorien, die erklären, warum Menschen nachhaltig handeln oder nicht handeln • Analyse und Gestaltung von Customer Journeys, die Nachhaltigkeit fördern und unterstützen • Erkennung und Kritik von Greenwashing-Praktiken in der Werbung und Kommunikation, einschließlich der Diskussion der ethischen und psychologischen Implikationen • Einsatz von Erkenntnissen aus der Verhaltenswissenschaft, um effektive Nudging-Strategien für nachhaltiges Verhalten zu entwickeln • Techniken und Strategien, um Menschen zu befähigen, 					

		<p>informierte und nachhaltige Entscheidungen zu treffen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefte Betrachtung von nachhaltigem Verhalten in verschiedenen Lebensbereichen wie Mobilität, Wohnen, Ernährung, Sport und Bürger:innenverhalten (z.B. Steuerzahlung) • Diskussion der Rolle von privaten Unternehmen und öffentlichen Organisationen bei der Förderung nachhaltigen Verhaltens 					
6. Semester							
Journal Club	6	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens • Prinzipien des Aufbaus und der Berichterstattung wissenschaftlicher Publikationen • Recherche aktueller wissenschaftlicher Forschungs-, Transfer- und Literaturarbeiten • Methoden und Instrumente zur Analyse und kritischen Reflexion wissenschaftlicher Publikationen • Umgang mit kritischen Aspekten bei der Bewertung der Validität von Studienergebnissen (z.B. Bias, Interessenkonflikte) • Standards der Aufbereitung und Kommunikation von wissenschaftlichen Ergebnissen 					

<p>Psychologie des Change Management</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die Grundlagen der Organisationsdiagnostik und Unterscheidung verschiedener Organisationstypen • Untersuchung der Rolle von Motivation, Widerstand gegen Veränderungen und Gruppendynamik in Change-Prozessen • Vertiefung verschiedener Methoden der Datensammlung, von qualitativen Interviews bis zu quantitativen Umfragen, unter Berücksichtigung ethischer Richtlinien • Einführung in Systemtheorien wie der Vester'schen Einflussmatrix und des St. Galler Management-Modells, um komplexe Organisationsstrukturen und -dynamiken zu verstehen und zu steuern • Methoden zur Förderung der Selbstkenntnis und Selbstregulation, um effektiv mit Veränderungen umgehen zu können, einschließlich Techniken zur Stressbewältigung, zum Konfliktmanagement und zur Steigerung der eigenen Resilienz • Diskussion über die psychologischen Aspekte ethischer Entscheidungsfindung und der Auswirkungen von 					
---	----------	--	--	--	--	--	--

		<p>Werten und Normen auf organisationale Veränderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Fallstudien zur Anwendung psychologischer Theorien und Techniken in realen organisationalen Kontexten, einschließlich der Verwendung KI-gestützter Diagnosetools 					
<p>Fallstudienseminar: Arbeit mit qualitativen Daten</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Theorie und Geschichte qualitativer Forschungsmethoden • Erörterung der Gütekriterien qualitativer Forschung • Praktische Anleitung zum Führen und Analysieren von Interviews, einschließlich der Konstruktion von Interviewleitfäden und der Handhabung von Interviewdaten • Wissen um die Anwendung qualitativer Methoden zur Analyse von Daten aus sozialen Medien, einschließlich des Wissens zur Nutzung von Webscraping-Techniken und der Analyse sozialer Netzwerke • Training im Umgang mit Software wie MaxQDA für die Inhaltsanalyse und mit anderen qualitativen Auswertungstechniken • Überblick über die aktuellen KI-Tools zur Unterstützung der Datenerhebung und -analyse, 					

		<p>um die Effizienz und Tiefe der qualitativen Analyse zu verbessern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung eines eigenen kleinen Forschungsprojekts, bei dem die Studierenden primäre oder sekundäre Textdaten sammeln, analysieren und die Ergebnisse präsentieren 					
Bachelorthesis	12	<ul style="list-style-type: none"> • Seminar (6 ECTS): <ul style="list-style-type: none"> ○ Vertiefung spezifischer Themen in ausgewählten und relevanten Themenfeldern ○ Verbesserungen wissenschaftlicher (und analytischer) Fähigkeiten durch eine kritische Analyse von Forschungsarbeiten ○ Eigenständige Identifikation einer Forschungsfrage ○ Erstellen eines Konzepts für die Arbeit: Gliederung und Aufbau der Arbeit; Forschungsmethode; Analysemethode; Zeitrahmen und Planung ○ Literatur- bzw. Datenbankrecherche ○ Präsentation und Diskussion von 	Nicht anrechenbar				

		<p>Ergebnissen im Rahmen des Seminars</p> <ul style="list-style-type: none">• Bachelorarbeit (6 ECTS):<ul style="list-style-type: none">○ Theoretische und/oder empirische Bearbeitung der wissenschaftlichen Fragestellung aus dem gewählten Teilgebiet mit wissenschaftlichen Methoden (unter Berücksichtigung guter wissenschaftlicher Praxis)○ Verfassen der Bachelorarbeit (§ 21 Allgemeine Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg)	
--	--	--	--

Ort, Datum

Unterschrift